

山东卓创资讯股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
投资风险特别公告

保荐机构（主承销商）： 民生证券股份有限公司
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

根据中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）2012年10月发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》的行业目录及分类原则，山东卓创资讯股份有限公司（以下简称“卓创资讯”、“发行人”或“公司”）所处行业属于“I65软件和信息技术服务业”。截至2022年9月23日（T-3日），中证指数有限公司发布的行业最近一个月平均静态市盈率为44.32倍。本次发行价格29.99元/股对应发行人2021年扣非前后孰低归母净利润摊薄后市盈率为38.78倍，低于中证指数有限公司发布的行业最近一个月平均静态市盈率；高于招股说明书中所选可比公司近20日扣非后算术平均静态市盈率，存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请已经深圳证券交易所（以下简称“深交所”）创业板上市委员会审议通过，并已经中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）同意注册（证监许可【2022】1531号）。

本次发行的股票拟在深交所创业板上市。本次发行采用网上按市值申购向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者直接定价发行（以下简称“网上发行”）的方式，全部为新股，不转让老股。本次发行中网上发行1,500万股，占本次发行总量的100%。

本次发行的保荐机构（主承销商）为民生证券股份有限公司（以下简称“民生证券”或“保荐机构（主承销商）”）。本次发行将于2022年9月28日（T日）通过深交所交易系统实施。发行人、保荐机构（主承销商）特别提请投资者关注以下内容：

1、敬请投资者重点关注本次发行的发行流程、申购、缴款、弃购股份处理等环节，具体内容如下：

(1) 本次发行采用直接定价方式，全部股份通过网上向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者发行，不进行网下询价和配售。

(2) 发行人与保荐机构（主承销商）综合考虑发行人所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定本次网上发行的发行价格为 29.99 元/股，投资者据此价格在 2022 年 9 月 28 日（T 日）通过深交所交易系统并采用网上按市值申购方式进行申购。网上申购时间为 9:15-11:30、13:00-15:00，申购时无需缴付申购资金。

(3) 网上投资者应当自主表达申购意向，不得全权委托证券公司代其进行新股申购。

(4) 投资者申购新股摇号中签后，应依据 2022 年 9 月 30 日（T+2 日）公告的《山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网上定价发行摇号中签结果公告》履行缴款义务。2022 年 9 月 30 日（T+2 日）日终，中签投资者应确保其资金账户有足额的新股认购资金，不足部分视为放弃认购，由此产生的后果及相关法律责任，由投资者自行承担。投资者款项划付需遵守所在证券公司的相关规定。

中签投资者放弃认购的股份由保荐机构（主承销商）包销。网上投资者缴款认购的股份数量不足本次公开发行数量的 70% 时，发行人和保荐机构（主承销商）将中止发行，并就中止发行的原因和后续安排进行信息披露。

(5) 网上投资者连续 12 个月内累计出现 3 次中签后未足额缴款的情形时，自结算参与人最近一次申报其放弃认购的次日起 6 个月（按 180 个自然日计算，含次日）内不得参与新股、存托凭证、可转换公司债券、可交换公司债券网上申购。

2、中国证监会、深交所、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的投资价值或投资者的收益做出实质性判断或者保证。任

何与之相反的声明均属虚假不实陈述。请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

3、本次发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及发行人所披露的风险因素，审慎作出投资决定。创业板市场在制度与规则方面与主板市场存在一定差异，包括但不限于发行上市条件、信息披露规则、退市制度设计等，这些差异若认知不到位，可能给投资者造成投资风险。

4、拟参与本次网上申购的投资者，须认真阅读 2022 年 9 月 26 日（T-2 日）披露于五家网站（巨潮资讯网，网址 www.cninfo.com.cn；中证网，网址 www.cs.com.cn；中国证券网，网址 www.cnstock.com；证券时报网，网址 www.stcn.com；证券日报网，网址 www.zqrb.cn）的招股说明书全文，特别是其中的“重大事项提示”及“风险因素”章节，充分了解发行人的各项风险因素，自行判断其经营状况及投资价值，并审慎做出投资决策。发行人受到政治、经济、行业及经营管理水平的影响，经营状况可能会发生变化，由此可能导致的投资风险应由投资者自行承担。

5、本次发行的股票无流通限制及锁定安排，自本次发行的股票在深交所上市交易之日起开始流通。请投资者务必注意由于上市首日股票流通量增加导致的投资风险。

本次发行前的股份有限售期，有关限售承诺及限售期安排详见招股说明书。上述股份限售安排系相关股东基于公司治理需要及经营管理的稳定性，根据相关法律、法规做出的自愿承诺。

6、发行人和保荐机构（主承销商）综合考虑发行人所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定本次发行价格为 29.99 元/股。任何投资者如参与申购，均视为其已接受该发行价格；如对发行定价方法和发行价格有任何异议，建议不参与本次发行。

本次发行价格为 29.99 元/股，该价格对应的市盈率为：

(1) 29.08 倍（每股收益按照 2021 年度经会计师事务所依据中国会计准则审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

(2) 26.99 倍（每股收益按照 2021 年度经会计师事务所依据中国会计准则审计的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

(3) 38.78 倍（每股收益按照 2021 年度经会计师事务所依据中国会计准则审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）；

(4) 35.98 倍（每股收益按照 2021 年度经会计师事务所依据中国会计准则审计的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）。

7、本次发行价格为 29.99 元/股，请投资者根据以下情况判断本次发行定价的合理性。

(1) 根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所属行业为“软件和信息技术服务业（I65）”。截至 2022 年 9 月 23 日（T-3 日），中证指数有限公司发布的行业最近一个月静态平均市盈率为 44.32 倍。

(2) 截至 2022 年 9 月 23 日（T-3 日），可比上市公司估值水平如下：

股票代码	证券简称	前 20 个交易日均价 (含 9 月 23 日) (元/股)	2021 年扣非前 EPS (元/股)	2021 年扣非后 EPS (元/股)	静态市盈率 (倍)		滚动市盈率 (倍)	
					扣非前	扣非后	扣非前	扣非后
300226.SZ	上海钢联	19.99	0.6658	0.5571	30.02	35.88	34.22	41.72
835311.NQ	华瑞信息	-	0.4762	0.3618	-	-	-	-
算数平均数					30.02	35.88	34.22	41.72
301299.SZ	卓创资讯	29.99	0.8335	0.7734	35.98	38.78	32.37	32.35

注 1：数据来源同花顺 iFinD、上市公司年报；市盈率计算可能存在尾数差异，为四舍五入造成。

注 2：2021 年扣非前/后每股收益=2021 年扣除非经常性损益前/后归母净利润÷2022 年 9 月 23 日总股本；发行人静态市盈率按照发行价格 29.99 元、发行后股本 6,000 万股计算。

注 3：扣非前/后滚动市盈率=前 20 个交易日均价/（2021 年 7-12 月和 2022 年 1-6 月扣除非经常性损益前/后归属于母公司股东净利润/2022 年 9 月 23 日总股本）；发行人采取发行价和

经审阅的财务数据计算。

注 4：华瑞信息是新三板基础层挂牌企业，最近 20 个交易日无股票成交，因此上表仅列示扣非前/后基本每股收益数据。

本次发行价格 29.99 元/股对应的发行人 2021 年扣除非经常性损益前后孰低的净利润摊薄后市盈率为 38.78 倍，低于中证指数有限公司发布的行业最近一个月静态平均市盈率 44.32 倍（截止 2022 年 9 月 23 日（T-3 日）），但高于可比公司 2021 年扣非静态市盈率的算数平均值 35.88 倍（截止 2022 年 9 月 23 日（T-3 日）），亦存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

8、发行人的竞争优势及与可比上市公司的对比

（1）发行人的竞争优势

公司的竞争优势主要体现在以下几个方面：

①品牌知名度优势

公司经过多年的稳健发展和持续的优质服务，积累了大量优质客户资源和海量大宗商品数据，并逐步在业内取得了良好的品牌影响力及客户认可度。公司拥有庞大的用户群体，累计注册客户数量超过 300 万个，累计服务的全球 500 强企业及其下属企业超过 150 家。公司与国家统计局、国家发改委、农业农村部、新华通讯社、中央电视台保持了良好的业务合作关系，公司是“国家统计局大数据合作平台企业”、“山东省大数据重点骨干企业”，“卓创资讯”被国家工商行政管理总局评定为中国驰名商标。

②技术优势

大宗商品信息服务行业涉及的先进技术主要包括两方面：一方面是产品技术，主要是与数据采集、清洗、挖掘、分析相关的核心准则；一方面是信息技术，主要是与数据存储、传输、推送等相关的电信技术。

在产品技术方面，公司对标国际同行业先进水平，参照国际证监会组织（IOSCO）对价格评估原则的指导意见，在充分理解市场结构、价格链条、交易

特点的基础之上，通过细致的市场调研和与市场参与者广泛的互动沟通，制订了科学、严谨的估价方法论。方法论不仅是指导分析师信息采集、筛选、评估的依据，同时也是客户理解价格数字背后逻辑的重要参考。方法论的专业性决定了最终数据结果的有效性。公司通过自身网站将估价方法论向市场公开，通过估价研讨会等形式增强与市场参与主体的沟通和互动，持续提升公司大宗商品估价的市场公信力和影响力。

在信息技术方面，公司的信息技术团队在深入了解客户需求的基础上，适应行业多维度发展方向，用信息技术支撑公司各项业务的发展和运营。目前，公司已经掌握大宗商品信息服务行业所需的数据库技术、网站开发及维护技术、资讯信息分布式发送技术、移动终端应用技术、行业深度搜索技术等。上述信息技术的研发及应用，极大提高了公司资讯产品和服务的数量及质量，从而满足客户对及时、准确、完整、可靠的信息产品及服务的需求。

③人才团队优势

公司构建了规范化、标准化的公司管理和员工培训体系，培养了一支经验丰富的资深分析师队伍和营销团队。以分析师培训为例：公司建立了系统、专业的分析师培养体系，对分析师的培养可分为入职培训、上岗培训、晋级培训以及定期业务技能交流等。除了定期对分析师的专业能力进行考核、评定外，公司鼓励分析师广泛参与行业会议，并不定期聘请外部专家进行专题授课，持续提升分析师对大宗商品行业的理解和把握能力，提高分析师产出高质量信息产品的能力。此外，公司的分析师队伍也表现出良好的稳定性，截至 2021 年底，具有 5 年以上工作经验的分析师有 247 人，占比超过 50%。

④产品和服务优势

公司产品和服务优势主要体现在以下几个方面：

A. 坚守“中立第三方”立场

保持客观中立是商品估价机构的安身立命之本，是取信于市场和客户的基本前提。目前，很多估价机构不能做到有效的市场中立。公司多年以来专注资讯服务主业，坚持“中立、专业、专注”的原则，以中立第三方的身份跟踪监测大宗商品市场，不为短期利益所动，不参与任何大宗商品的现货交易。发行人基于中立第三方立场，通过长期不间断的提供优质产品及服务，并得到客户的认可,越来越多的大型企业选择与发行人合作。

B.产业链布局完善

公司拥有完善的产业链布局，是业内少数能够覆盖大宗商品全产业链的资讯服务企业。公司跟踪监测的产业链涉及能源、化工、农业、金属，跟踪监测的大宗商品达 700 余种，包含大宗商品行业的绝大部分领域。此外，公司大宗商品资讯服务的产品开发和供给也十分丰富，产品类型包括网页信息、手机客户端、手机短信、时段报告、数据服务、大宗商品数据客户端等，能够满足各种类型客户的不同需求。通过全产业链发力和丰富的产品供给能够最大化的满足客户的多种需求，持续提升客户贡献值。

C.规范的业务流程

公司针对估价流程涉及的数据采集、清洗、分析、加工、质检、发布等各个环节制定了规范的工作规程，通过分析师一体化工作平台对分析师的工作过程进行规范和记录，分析师必须完成平台规定的工作程序，才能完成最终的估价。一体化工作平台能够减少和避免人为因素对估价结果的干扰，保证估价方法论能够得到标准化的一以贯之的执行，从而保证估价质量的稳定性。另一方面，标准化的工作流程能够降低分析师团队的变动对公司生产质量的影响，保证信息生产质量的连续稳定。公司将各种大宗商品相关的分析框架进行了标准化设定，作为分析师必备的最低技能要求，确保分析师的工作不偏离估价方法论的要求。

此外，公司设有独立的信息管理团队，对资讯产品的内容即生产进行制度、标准的制定，并对信息采集、加工流程和信息质量进行监督、考核。标准化的工作流程进一步提高了客户对于公司估价及其他产品的认可程度。

D.专业化分工协作

公司对资讯的生产、销售工作予以严格分开，避免分析师因背负销售业绩考核压力而迎合客户需求，不能有效执行估价方法论和工作规程而导致信息质量下降。通过专业的人做专业的事能够有效提升分析师和销售团队的专业能力和工作效率。

(2) 与可比上市公司的对比

公司在净资产收益率、产品性能、最近一年业绩增速等方面在行业中具有较强竞争优势。

①发行人的盈利能力指标总体好于可比公司平均水平

与可比公司相比，2021年发行人加权平均净资产收益率、每股收益指标相比2019年、2020年虽有小幅下滑，但相关指标明显高于可比公司平均水平。具体情况如下：

项目	公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
销售毛利率 (%)	上海钢联	71.17	73.47	72.44
	华瑞信息	84.28	83.81	83.20
	可比公司平均	77.73	78.64	77.82
	发行人	65.00	66.65	66.93
销售净利率 (%)	上海钢联	19.50	26.49	21.92
	华瑞信息	28.43	40.64	39.50
	可比公司平均	23.96	33.56	30.71
	发行人	19.96	23.75	26.69
加权平均净资产 收益率 (扣非后，%)	上海钢联	10.25	15.24	14.65
	华瑞信息	15.77	16.04	17.71
	可比公司平均	13.01	15.64	16.18

	发行人	21.72	27.71	43.30
每股收益 (扣非后, 元)	上海钢联	0.5571	0.7130	0.5748
	华瑞信息	0.3618	0.3653	0.3675
	可比公司平均	0.4595	0.5392	0.4712
	发行人	0.7734	0.7516	0.8654

注 1: 上表中相关数据来源于同花顺 iFinD、上市公司年报;

注 2: 上表中每股收益、加权平均净资产收益率均系根据扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算得出。扣非后每股收益=扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润÷2022 年 9 月 23 日总股本; 发行人每股收益按照发行后股本 6,000 万股计算。

最近三年, 发行人盈利能力较强, 销售毛利率、销售净利率均处于较高水平, 与可比公司上海钢联、华瑞信息相比, 仍有进一步提升的空间。发行人销售毛利率低于上海钢联, 销售净利率与上海钢联相差不大, 主要系发行人与上海钢联的业务构成存在差异所致。从收入构成角度看, 上海钢联广告业务收入占信息类业务总额的比例明显高于发行人, 上海钢联的广告业务收入占比超过 23%, 同期发行人广告业务占比不足 2%。由于广告业务不需投入大量人力成本, 毛利率水平较高, 受此影响, 发行人销售毛利率低于上海钢联。发行人销售毛利率、销售净利率低于华瑞信息, 主要系华瑞信息从事化纤、棉纺织、石油化工行业的信息资讯服务, 涉及的行业相对较少; 发行人产品涵盖大宗商品行业的绝大部分领域, 跟踪监测的大宗商品数量较多, 细分信息类型种类较多, 人员数量较多, 摊薄人均收入水平, 因此销售毛利率、销售净利率相比华瑞信息较低。

与可比公司相比, 最近三年, 发行人加权平均净资产收益率、每股收益明显高于可比公司均值, 说明发行人资产利用率高, 盈利能力高于同行业可比公司平均水平, 因此发行人发行定价估值相比可比公司略高。

②发行人的盈利质量与可比公司相比具有一定优势

净利润现金比率是反映公司盈利质量的重要指标。报告期内, 公司的净利润现金比率持续增长, 盈利质量处于较高水平。

最近三年, 发行人净利润现金比率与可比公司的比较情况如下:

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上海钢联	204.36%	139.17%	161.10%
华瑞信息	82.32%	112.20%	94.35%
均值	143.34%	125.69%	127.73%
发行人	210.20%	149.45%	109.32%

注 1：上表中相关数据来源于同花顺 iFinD、可比公司年报；

注 2：上海钢联部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联系其母公司口径数据。

由上表可知，报告期内，发行人净利润现金比率持续增长，盈利质量逐步提升，尤其 2020 年、2021 年发行人净利润现金比率明显高于可比公司均值，盈利质量优于可比公司平均水平。

③发行人的 ARPU 值持续提升，优于可比公司指标

最近三年，发行人与可比公司付费用户数量及 ARPU 值对比如下：

单位：万个；元/个

公司	业务类型	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		付费用户数量	ARPU 值	付费用户数量	ARPU 值	付费用户数量	ARPU 值
上海钢联	资讯业务增值服务	未披露	未披露	17.66	2,201.55	12.95	2,627.05
	产业数据服务	23.06	1,529.32	17.80	1,560.56	未披露	未披露
卓创资讯	主营业务收入	14.10	1,776.34	14.89	1,466.30	15.90	1,383.77

注 1：上述客户数量为收入口径数据，ARPU 值统计口径为客户平均收入金额；因华瑞信息未披露其付费用户数量及 ARPU 值，因此上表未列示华瑞信息。

注 2：上海钢联在 2021 年年报中对收入分类口径进行调整，并对 2020 年同期数同口径做了调整。上表中上海钢联 2021 年、2020 年产业数据服务业务相关数据引自 2021 年年报；2020 年、2019 年资讯业务增值服务相关数据分别引自 2020 年、2019 年年报。

由上表可知，2019 年至 2021 年，上海钢联资讯业务增值服务、产业数据服务的付费客户数量大幅度增长，但相应的 ARPU 值均呈下降趋势，说明上海钢联更侧重通过客户数量的增长拉动业务规模的增长。

与上海钢联通过客户数量增长拉动业务规模增长的方式不同，公司对标普氏能源资讯等国外同行，以提供优质服务和产品内容为核心竞争力，聚焦大客户需求，

通过提升对大客户服务的能力和收费水平，提高公司的盈利能力。2019年至2021年，公司通过不断优化客户结构和业务结构，ARPU值持续提升。

④2021年，发行人通过提升对大客户服务的能力和收费水平，实现了稳健增长。

A.行业竞争格局

大宗商品信息服务行业属于新兴行业，具有开放性和充分竞争的特点。行业内小微型资讯企业较多，多数企业通常在某一个领域具备市场竞争力，虽然少数综合性大型信息服务企业具备较强的市场竞争力，但整体行业集中度不高。截至目前，国内大宗商品信息服务行业已经出现了包括上海钢联、卓创资讯等在内的数个领先企业。

在国内，大宗商品信息服务行业属于新兴行业，暂时没有权威机构或行业协会发布行业排名或市场占有率。

B.营收规模及增速

报告期内，发行人营收规模及增速情况以及与可比公司的比较情况如下：

项目	公司名称	2021年度		2020年度		2019年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	上海钢联	49,745.70	19.49%	41,630.99	8.76%	38,278.37
	华瑞信息	5,025.06	6.56%	4,715.66	-4.66%	4,946.36
	行业平均	27,385.38	18.18%	23,173.33	7.22%	21,612.37
	卓创资讯	25,052.84	14.74%	21,833.79	-0.81%	22,012.55
净利润	上海钢联	5,343.7	-51.54%	11,027.24	31.45%	8,389.18
	华瑞信息	1,428.54	-25.45%	1,916.24	-1.93%	1,953.96
	行业平均	3,386.12	-47.68%	6,471.74	25.14%	5,171.57

	卓创资讯	5,000.98	-3.57%	5,185.87	-11.74%	5,875.75
--	------	----------	--------	----------	---------	----------

注 1：数据来源于同花顺 iFinD、可比公司年报；

注 2：上海钢联部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联相关数据均系其母公司数据。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，发行人会务调研业务开展受到一定限制，会务业务收入有所下降导致发行人营业收入、净利润相比 2019 年有所下滑。

2021 年，上海钢联采用短期内放松盈利要求的市场策略进行快速扩张，与上海钢联通过客户数量增长拉动业务规模增长的方式不同，发行人通过提升对大客户服务能力和收费水平，实现了稳健增长。

⑤从可比公司已公告的 2022 年上半年数据看，公司经营业绩仍保持持续增长，明显优于可比公司平均水平

公司营业收入及净利润与可比公司对比分析如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月				2021 年 1-6 月	
	营业收入	增长率	净利润	增长率	营业收入	净利润
上海钢联	24,709.15	0.74%	3,336.34	-37.05%	24,527.84	5,300.10
华瑞信息	2,289.89	-4.70%	828.03	-22.29%	2,402.75	1,065.54
行业平均	13,499.52	-1.98%	2,082.18	-29.67%	13,465.30	3,182.82
公司	13,355.00	7.81%	3,594.00	18.36%	12,387.88	3,036.54

注 1：数据来源于同花顺 iFinD、可比公司年报；

注 2：上海钢联部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联营业收入、净利润均系其母公司数据。2022 年 1-6 月，上海钢联因子公司分红在母公司报表中确认投资收益 5,225.88 万元，上年同期未有投资收益。为客观反应上海钢联母公司本期经营业绩情况，使得两期数据之间具有可比性，上表中上海钢联净利润扣除子公司分红影响。

由上表可知，2022 年上半年，发行人营业收入及净利润相比上年同期保持增长，营业收入及净利润增速高于同行业可比公司平均水平，且净利润增长速度高于营业收入的增长速度，业绩增长具有可持续性。

⑥在大宗商品资讯与咨询服务领域，发行人具有较强的竞争优势。

公司恪守“中立、专业、专注”原则，坚守“中立第三方”立场，不断加大研发力度，升级信息技术手段，通过已经建成的综合性信息服务平台和数据库群，为客户提供全面、及时、准确、可靠的信息服务，是国内领先的大宗商品信息服务企业。

大宗商品信息服务企业的关键业务为资讯服务和咨询服务，这是国外同行业公司最具有竞争优势、利润率最高的业务，也是客户衡量大宗商品信息服务提供商服务能力和水平的关注重点。

目前，大宗商品信息服务行业内有竞争力的国内公司主要包括上海钢联、卓创资讯、华瑞信息等。报告期内，发行人与同行业可比公司的资讯与咨询服务收入合计金额及占比分析如下：

单位：万元

公司名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
卓创资讯	23,475.00	93.73%	20,488.84	93.87%	20,284.24	92.17%
上海钢联	39,133.51	64.28%	30,187.65	63.31%	18,613.30	42.91%
华瑞信息	4,198.22	83.55%	3,894.16	82.58%	4,020.76	81.29%

注 1：上海钢联和华瑞信息的有关数据来源于其公开披露的定期报告；上海钢联在 2021 年年报中对收入分类口径进行调整，并对 2020 年同期数同口径做了调整。上表中上海钢联 2021 年、2020 年数据为其数据订阅服务和研究咨询服务收入的合计数，2019 年数据为其信息服务和咨询服务收入的合计数。华瑞信息的数据为其咨询服务收入。

注 2：报告期内，上海钢联收入主要来源于寄售交易服务和供应链服务，相关收入占其总收入的比例达到 98% 以上，上海钢联信息类业务收入占其总收入的比例不足 2%，上表中上海钢联各类业务的收入占比系其占当期信息类业务收入的比例。

报告期内，发行人资讯服务和咨询服务实现收入 20,284.24 万元、20,488.84 万元和 23,475.00 万元，除 2020 年因受新冠疫情影响收入增速有所放缓外，报告期其他年份，公司资讯服务和咨询服务收入实现了稳健增长。

2020 年和 2021 年，发行人的资讯与咨询服务业务规模明显高于除上海钢联外的国内其他同行业资讯企业。在大宗商品资讯与咨询服务领域，发行人具有较强的竞争优势。

报告期内，发行人资讯服务和咨询服务占比超过 92%，明显高于同行业可比公司上海钢联、华瑞信息。

⑦发行人不断加大研发投入，最近一年研发费用的增幅明显高于可比公司

报告期内，发行人研发费用率以及与可比公司的比较情况如下：

项目	2021年度	2020年度	2019年度
上海钢联	10.14%	10.03%	9.20%
华瑞信息	26.20%	24.08%	26.70%
卓创资讯	6.96%	6.46%	6.90%

最近三年，华瑞信息的研发费用金额小于发行人和上海钢联，但由于其营收规模较小，导致研发费用率偏高。

最近三年，发行人研发费用率略低于上海钢联，主要原因如下：

A、发行人和上海钢联采取了不同的发展战略，相应的研发方向也存在不同，从而导致两者研发投入存在差异。上海钢联通过收购山东隆众切入石化领域资讯业务，在研发方面的投入主要体现在产品建设、数据库建设、标准化建设、产品迭代升级以及对运营流量管理等方面，发行人通过多年持续的研发投入，已形成全面系统的技术体系，报告期内研发投入主要体现在持续优化估价方法论、持续规范工作流程和产品迭代升级等，相较之下上海钢联的研发费用投入高于发行人。

B、由于人工成本的地区差异导致。上海钢联主要经营地为上海市，发行人的主要经营地为淄博市，由于经济发展水平的差异，上海市的平均薪酬大幅高于发行人所处的淄博市的人均薪酬，因此上海钢联的人均薪酬也高于发行人。

报告期内，发行人研发投入以及与可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2021年度		2020年度		2019年度
	研发费用	增长率	研发费用	增长率	研发费用
上海钢联	5,043.59	20.80%	4,175.00	18.49%	3,523.49
华瑞信息	1,315.61	15.91%	1,135.07	-13.72%	1,315.51
卓创资讯	1,743.40	23.55%	1,411.04	-7.05%	1,518.09

注：上海钢联和华瑞信息的有关数据来源于其公开披露的定期报告；上海钢联部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联相关数据均系按照其母公司数据口径计算。（下同）

2020年，政府部门针对“新冠疫情”实施员工社保减免，导致发行人承担员工社保等人工成本有所下降，导致研发费用金额相比2019年有所降低。2021年，发行人加大研发投入，提高研发人员的薪酬待遇，研发人员平均薪酬逐步提升，研发费用率相比2020年有所增长。发行人2021年研发费用增长率高于可比公司上海钢联、华瑞信息。

9、本次发行有可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素，知晓股票上市后可能跌破发行价，切实提高风险意识，强化价值投资理念，避免盲目炒作，监管机构、发行人和保荐机构（主承销商）均无法保证股票上市后不会跌破发行价格。

10、根据本次发行价格29.99元/股和1,500万股的新股发行数量计算，预计发行人募集资金总额为44,985.00万元，扣除发行费用约6,074.82万元（不含税）后，预计募集资金净额为38,910.18万元，本次发行存在因取得募集资金导致净资产规模大幅度增加对发行人的生产经营模式、经营管理和风险控制能力、财务状况、盈利水平及股东长远利益产生重要影响的风险。

11、不合格、休眠、注销和无市值证券账户不得参与新股申购，上述账户参与申购的，中国结算深圳分公司将对其作无效处理。投资者参与网上发行申购，只能使用一个有市值的证券账户，每一证券账户只能申购一次。证券账户注册资料中“账户持有人名称”、“有效身份证明文件号码”均相同的多个证券账户参与本次网上发行申购的，或同一证券账户多次参与本次网上发行申购的，以深交所交易系统确认的该投资者的首笔有市值的证券账户的申购为有效申购，其余均为无效申购。

12、本次发行结束后，需经深交所批准后，方能在深交所公开挂牌交易。如果未能获得批准，本次发行股份将无法上市，保荐机构（主承销商）协调相关各方及时退还投资者申购资金及资金冻结期间利息。

13、请投资者务必关注投资风险，当出现以下情况时，发行人及保荐机构（主承销商）将协商采取中止发行措施：

- （1）网上投资者申购数量不足本次公开发行数量的；
- （2）网上投资者缴款认购的股份数量不足本次公开发行数量的 70%；
- （3）发行人在发行过程中发生重大会后事项影响本次发行的；

（4）根据《证券发行与承销管理办法》第三十六条和《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》第五条的规定，中国证监会和深交所发现证券发行承销过程存在涉嫌违法违规或者存在异常情形的，可责令发行人和承销商暂停或中止发行，对相关事项进行调查处理。

如发生以上情形，发行人和保荐机构（主承销商）将及时公告中止发行原因、恢复发行安排等事宜。中止发行后，网上投资者中签股份无效且不登记至投资者名下。中止发行后若涉及退款的情况，保荐机构（主承销商）协调相关各方及时退还投资者申购资金及资金冻结期间利息。中止发行后，在中国证监会予以注册决定的有效期内，且满足会后事项监管要求的前提下，经向深交所备案后，发行人和保荐机构（主承销商）将择机重启发行。

14、发行人、保荐机构（主承销商）郑重提请投资者注意：投资者应坚持价值投资理念参与本次发行申购，我们希望认可发行人的投资价值并希望分享发行人的成长成果的投资人参与申购。

15、本特别风险公告并不保证揭示本次发行的全部投资风险，提示和建议投资者充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险，根据自身经济实力、投资经验、风险和心理承受能力独立做出是否参与本次发行申购的决定。

发行人：山东卓创资讯股份有限公司

保荐机构（主承销商）：民生证券股份有限公司

2022年9月27日

(此页无正文，为《山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告》之盖章页)

发行人：山东卓创资讯股份有限公司



2022 年 9 月 27 日

(此页无正文，为《山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告》之盖章页)

保荐机构（主承销商）：民生证券股份有限公司

